m2

SUPLEMENTO DE ESTILO
Y DECORACION DE PÁGINA/12.
SABADO 18 DE FEBRERO DE 2006.
AÑO 7. Nº 365.

jangada

Los diseños y las ideas de Jorge Montaña, creador de nuevos conceptos y de un website cada vez más difundido.

Proyectar

Desde sus diseños como la emblemática lí
la Red Latinoamericana de Diseño, el colombiano Jo
y los elementos regionales en pos de abr

POR LUJAN CAMBARIERE

Playas de arenas blancas, aguas cristalinas y el bailoteo de las jangadas, pequeños barquitos pesqueros de origen remoto, hacen la postal típica de las playas del noreste brasileño entre los estados de Alagoas hasta Ceará. Viviendo allí, el colombiano Jorge Montaña captó esta instantánea e inspirándose en estas embarcaciones totalmente hechas a mano por maestros artesanos que aprenden el oficio de generación en generación diseñó una familia de muebles –la Jangada– multipremiada (Mención de Honor en el XV Premio Museo de la Casa Brasilera 2001 por la poltrona Enora, Mención de Honor en el concurso de diseño Movelsul 2002 para la poltrona Minburá, Mención de Honor en el concurso regional Expodema por la silla Tauazu, entre otros), expuesta en el Salón Satélite de Milán y ejemplo cabal de lo que pregona: la valorización de los recursos y la cultura regional como fuente o punto de partida de nuevos conceptos en diseño.





Las típicas jangadas, en las playas del noreste brasileño *(en tapa)*. Arriba y a la derecha, la Colección Jangada. En el centro, la poltrona Enora y la silla Tauazu. Abajo, la Enora en una jangada.

"A primera vista no existe mucha relación entre un barco y una poltrona, pero ésta se hace evidente cuando pensamos en éstos como estructuras: la jangada para navegar y la poltrona para sentarse. En una para aguantar la presión del viento sobre la vela y para sostener ésta sobre el bote, y en la otra para soportar al usuario. Así, el análisis estructural de la jangada da lecciones interesantes: ensambles cónicos por presión de las diferentes partes sin clavos, ya que éstos se oxidan y aflojan en alta mar. En el caso de una silla, los clavos también se desajustan con el uso. La terminación cónica funciona mejor cuanta más presión se ejerza pues aprieta más. El punto débil de esta unión es hacia afuera del cono, esto se soluciona en el caso de la jangada con cuerdas que tensionan hacia abajo la madera de banco y caballete. Este elemento de tensión deberá estar presente también en una silla que tenga este tipo de unión. Los pies o soportes del caballete y el banco están sujetos al piso de la jangada, por lo que la estructura de estos elementos es trapezoidal y cerrada. Una estructura similar en una silla es muy innovadora. Las velas de la jangada se arrían soltando el trinquete y se pueden soltar del mástil. En una silla, la vela la podemos equiparar al tejido de hamaca que al soltar se puede lavar. La silla sin la tela se podría desarmar completamente y ser portátil. Todos estos factores ya generan una estética muy característica aunque se desprendan de elementos netamente funcionales. Así, este análisis da preciosos elementos aplicables al diseño que podemos utilizar. Los muebles Jangada son desarmables, elaborados en madera de eucalipto cultivado, liptus, con espaldar en lona, con algunas piezas torneadas, predominio de ensambles cónicos y amarres verticales por medio de tornillos de acero inoxidable", detalla Montaña.

Así, la colección se convierte en el ejemplo vivo de su manifiesto en pos del factor local visto por él como una gran oportunidad, una buena brújula respecto de la selección de materias primas, adaptación y funcionalidad, la implementación de productos más concretos y racionales y el potencial para ser la principal arma para el progreso de las empresas, sobre todo para competir globalmente con productos con identidad.

El origen

Montaña nació en 1960 en Bogotá. Se recibió de diseñador industrial en la Universidad Jorge Tadeo Lozano en el '83 e hizo el posgrado italiano en Gestión y Diseño de Muebles Mercosur en el 2000 en Montevideo. Reside en Fortaleza, Brasil, desde el '97. Tiene amplia experiencia en tecnología y diseño en los sectores de transporte, muebles y accesorios, donde se destacan desde productos institucionales para bancos y casinos hasta locales comerciales y hoteles, y varios bien personales, como las sillas Sumercé en homenaje al campesino colombiano de ruana y bota de caucho, la Eche inspirada en la arepa de huevo, plato típico costeño, y la mesita y revistero Pio. Trabajos expuestos y publicados en Brasil, Colombia y México. Experiencia académica como profesor en la Tadeo Lozano, Centro Design Ceará y Senai en Fortaleza y Recife. Además es conferencista en diferentes seminarios y asesor del Senai y Sebrae de Bahía, Ceará y Pernambuco. En el año 2002 fue nuevamente premiado por el Museo de la Casa Brasilera en la categoría ensayos críticos con la monografía "Proyectar lo popular. El factor local". En charla con **m2**, alegremente sorprendido por la alta inscripción de diseñadores argentinos a su nuevo portal (www.rldiseno.com), dio algunas coordenadas de trabajo en pos del sabor por lo local:



–¿Por qué diseñador industrial?

–Soy hijo de una reconocida artista plástica, de modo que me crié en el olor a trementina. Desde chico me encantaba hacer cosas con las manos, pintar, armar modelos, crear mis propios juguetes. Me la pasaba diciéndoles a mis padres que quería hacer cosas que tuvieran utilidad, no sólo como los cuadros, de colgar en una pared. El diseño industrial en esa época no era muy conocido (salí del colegio en el año '77). La facultad tenía poco más de un año. Cayó en mis manos un librito de una colección de Salvat que comprábamos semanalmente titulado *El diseño industrial*. En ese momento me di cuenta de que ésa era sin duda alguna mi profesión.

–¿Cómo fueron los comienzos en Colombia?

–Cuando salí de la universidad, me preguntaban si el diseñador industrial era de piñones o máquinas. El desconocimiento era total. Nadie hablaba de eso y para rematar fuimos formados por alemanes importados de la escuela de ULM para enseñarnos, de manera que nos veíamos como los salvadores de una industria que esperaba ansiosamente nuestra intervención divina y que bajo nuestras orientaciones empezaría a hacer carros y electrodomésticos. Ya es de imaginar cómo fue nuestro aterrizaje forzoso. Sólo los más tercos sobrevivimos y ello gracias al diseño gráfico y de stands. Empecé a hacer mis propios diseños y tercerizarlos con carpinteros, inicialmente con accesorios y posteriormente con muebles. Tuvieron mucho éxito y me empezaron a dar prestigio. Ahí sí me empezaron a buscar los empresarios, pero pasaron más de diez años.

–¿Cuál fue su primer trabajo de envergadura?

–El primero realmente importante, que después se volvió el caso más representativo del diseño en Colombia, fue un autobús de larga distancia. Me llamaron para que le diseñara un baño, algo novedoso en la época pero ya usual

lo popular

nea Jangada, escritos y ahora un sitio web,
rge Montaña apuesta a la revalorización de la cultura
evar en conceptos nuevos para el diseño.

(1987) en Brasil y en Europa. Como siempre busco el porqué de las cosas, les pregunté el motivo del baño y me informaron que el usuario estaba buscando algo más parecido al avión. Los usuarios estaban descontentos con el transporte por carretera y los transportadores estaban perdiendo mercado con el transporte aéreo. Me pareció que el concepto estaba claro y transparente, llevar el avión a la carretera. Por tanto, además del baño aumentamos la comodidad del vehículo, hicimos todo su interior en plástico, portapaquetes cerrados, luz indirecta, en fin, todo lo que tenía un avión pero con grandes ventanales para apreciar el hermoso paisaje colombiano. El resultado superó las expectativas del fabricante al punto que tuvo que subcontratar el ensamble de las carrocerías con varios talleres que hacían reparación y en un año triplicó su facturación de estos aparatos. Y durante diez años no consiguió sacar el modelo de producción. Aún veo estos vehículos rodando ahora como buses escolares o de viajes especiales.

–¿Cuándo y por qué viaja a Brasil?

–Me casé en Bogotá con una arquitecta brasileña que estaba haciendo un trabajo con una multinacional alemana en Bogotá cuando ella me puso como condición volver a su país después de unos diez años. No me preocupé porque me parecía un tiempo infinito, pero ella no lo olvidó e hincó el pie en volver a su tierra. Yo acepté pues empecé a encantarme con ese país en las vacaciones, de modo que no tuvo que hacer mucho esfuerzo para convencerme de irme a un país que después me adoptó como diseñador y por el cual siento una gran gratitud e inmenso cariño.

–¿Cuándo aflora su inquietud por la identidad y el factor local?

–Precisamente en Brasil, pues de Bogotá, una ciudad probablemente tan cosmopolita como Buenos Aires, de contar con un abanico de proveedores y materiales inmenso y un mercado de buena capacidad de compra me fui para Fortaleza, en el nordeste de Brasil, donde las condiciones económicas, climáticas y culturales eran radicalmente diversas. Como esos factores locales eran tan diversos y yo seguía mentalmente en Bogotá, me fue como a los perros en misa, de modo que dos años después estaba casi quebrado. Ello me llevó a un proceso muy duro de replanteo incluso de autoestima. Inicialmente pensé que el problema era insoluble, pero después percibí que era más un problema mío de falta de adaptación, de modo que me hice un lavado cerebral de todos los preconceptos que traía y recomencé humildemente a mirar la cantidad de maravillas que tenía alrededor, especialmente en la cultura popular brasileña, que en esta zona es el gran valor. Por esa época fui seleccionado para un posgrado en Montevideo y tomé el tema del factor local como motivo de estudio, para lo cual resolví no sólo investigar, como hacer lo mío, es decir diseño a partir de ese estudio de los factores locales y la identidad como factor de innovación, y escribir el resultado como tesis. Este tema ya estaba en el panorama, pero mis productos, especialmente la Colección Jangada, se convirtieron en un modelo para mi propia sorpresa y terminaron incluso en la feria de Milán como ejemplo de diseño genuinamente brasileño. Mi problema en Fortaleza no lo resolví, pero se me abrió Brasil.

–A grandes rasgos, ¿cuáles cree que son hoy los grandes temas del diseño en el mundo y en América latina?

–El diseño, como todas las disciplinas humanas, está directamente relacionado con nuestro entorno socioeconómico. Ello conforma el resultado del mismo. Como los latinoamericanos tenemos un complejo de inferioridad frente a nuestros orígenes europeos y somos víctimas de siglos de dominación cultural, no hemos logrado descubrir que nuestros valores son tan valiosos como los de ellos, con la diferencia de que son nuestros. El tema importante es percibir que si los factores locales europeos son diferentes, los resultados buenos para ellos no lo son tanto para nosotros. Tenemos que aprender del sistema italiano de producción y diseño, que es un gran modelo, pero no de su resultado, éste es el gran error de los diseñadores. Lo que vemos de diseño europeo es la apología del derroche y el desperdicio. El diseño industrial dentro del esquema de moda me parece una cosa criminal e irresponsable pues estamos hablando de productos con fecha de validez corta que van a la basura en dos años y el tema de recursos es vital para la subsistencia misma de nuestro planeta, y me parece curioso que la invasión de productos chinos y de mala calidad que impusieron las grandes cadenas de almacenes tengan el mismo destino, la basura, en pocos meses. Ese es el tema actual: la responsabilidad ecológica y social. Nosotros luchamos para vender ese valor agregado de un diseño donde el envejecimiento del producto sea uno de sus atributos. Buscar que nuestras empresas logren vender ese esquivo valor agregado que da el diseño sin necesidad de fracasar siendo vendedores de commodities.

–¿Cómo ve el diseño en nuestros países? ¿Por dónde pasan las oportunidades?

–Nuestro diseño está volviendo a encontrar su identidad después de muchos años. Vamos redescubriendo el valor de lo sencillo y de las tradiciones. Las oportunidades son inmensas pero están en las pequeñas micro-empresas que están huérfanas de diseño y lo necesitan desesperadamente, el tema es cómo llegar a trabajar con ellas. Eso sólo se puede lograr a través de trabajos de tipo gremial e institucional. El mejor ejemplo en América latina se llama Artesanías de Colombia y los resultados se ven al final del año en una feria de 40.000 m^2 que se llama Expoartesanías, la tercera mayor del mundo, y la única donde se tiene un proceso de selección de calidad en base al diseño. El resultado del programa de diseño de artesanías ha sido posicionar a los artesanos que en realidad son empresarios como productores de valor agregado. El detalle está en empezar los procesos de diseño desde la base: empezar por mejorar, a veces la innovación total es contraproducente para las empresas pequeñas que ya tienen una base de clientes tradicionales que aceptan despacio la innovación. Por ello fallamos tanto con proyectos fantásticos que para ser aceptados por el mercado implican un esfuerzo grande en mercadeo para educar al consumidor a aceptar la novedad, eso es caro y difícil.

–¿Cómo surge la Red Latinoamericana de Diseño? ¿Cuál es su misión y quiénes participan?

–Desde el año 2000, cuando nos encontramos un grupo de gente del Mercosur en Uruguay con motivo del posgrado en gestión de proyectos y diseño para moda, muebles y empaques, nos dimos cuenta de que estábamos aprendiendo más conversando entre nosotros y de nuestra experiencia conjunta que de los profesores italianos cuyo discurso ya conocíamos. De manera que nos empezó a animar la idea de hacer proyectos conjuntos y continuar intercambiando experiencias. Esta idea continuó tomando forma en estos años, especialmente por el significado del proyecto Identidades Latinas y varios otros, como el pasado Congreso Latinoamericano de Diseño de Bogotá en 2004. Lo que faltaba era una persona emprendedora y generosa, y la encontramos en Bogotá en la persona de Harry Child. El presidente de Prodiseño de Colombia tuvo la visión y la grandeza de abrir este canal para generar proyectos sacrificando los recursos de su propia divulgación, aportó los recursos iniciales esperando que en breve ésta empiece a autosostenerse con patrocinios.

La misión de la Red es agrupar la comunidad del diseño y la innovación en América latina para, a través de ella, conocernos, realizar alianzas, negocios y lo que salga, hasta romances, si es del caso. La gran novedad es que no es un sitio vertical como todos lo que conocemos de diseño, es realizado por la comunidad que se inscribe y participa, mandando noticias, organizando eventos, exposiciones. La red tiene sus grupos de enlace y representantes en Argentina, Uruguay, Chile y Brasil, esperamos en breve tener en el resto del continente. Las personas que hacen parte de este comité de enlace son personas de reconocida trayectoria en trabajar por el diseño y no son sólo diseñadores, tenemos empresarios y periodistas pues la red es de quien se interese por la innovación y la competitividad a través de la asociación, no sólo de los profesionales del diseño, cosa que ha sido fatal en anteriores intentos de unión pues éramos demasiado gremiales, por decirlo de alguna manera ■

* Jorge Montaña:
www.jorgemontana.com
E-mail: *jorge.montana@gmail.com*
Red Latinoamericana de Diseño:
www.rldiseno.com

El piso más hermoso del mundo

Un libro revela una de las obras más hermosas del arte aplicado a la arquitectura, el piso de lápidas de los Caballeros de Malta en la iglesia de San Juan, en La Valetta.

POR SERGIO KIERNAN

Los europeos de bolsillo sólido están disfrutando de un libraco enorme que rescata con erudición una obra de arte y arquitectura simplemente maravillosa y muy poco conocida. El libro se llama *Memento Mori* (*Recuerda que debes morir*) y en 520 páginas de gran formato repartidas en dos tomos releva y analiza el pavimento más hermoso del planeta Tierra, el que forman las tumbas de los Caballeros Hospitalarios en su catedral mayor de La Valetta, en la isla de Malta. El pavimento cubre completamente el piso de la iglesia y está formado por la acumulación de lápidas de vibrantes colores reunidas entre 1535 y 1835. El conjunto es notable además por ser una de las pocas obras "por comité" que resultó fantásticamente bien y duró trescientos años.

Los Caballeros Hospitalarios de San Juan recibieron las islas de Malta, Gozo y Comino de manos del emperador Carlos V en 1530. La orden nació con las Cruzadas con el mandato de proteger a los peregrinos a Tierra Santa, y con la peculiaridad de ser militar y a la vez monástica. Sus miembros entrenaban como caballeros de espada en mano, pero vivían en comunidad y usaban el título de "fray", hermano. Los dos primeros siglos de la orden se fueron en combatir a los árabes sarracenos en tierra firme pero, perdida Jerusalén y los territorios de la costa, los Caballeros se mudaron a la isla de Rodas y se dedicaron a la guerra naval contra los musulmanes.

En 1522, los otomanos lograron sacar a los Hospitalarios de su isla y fue entonces que tuvieron que aceptar Malta, por siglos propiedad feudal de nobles sicilianos que ahora eran súbditos de Carlos V y tuvieron que aceptar a los nuevos inquilinos. Los malteses, una mezcla de europeos y árabes cuya lengua es una notable mixtura de gramática árabe tunecina con vocabulario italiano y préstamos ingleses, abrían una nueva era de cinco siglos en los que su principal actividad sería la guerra. A mitad de camino exactamente de la costa musulmana nordafricana y de Italia, Malta sería estratégica hasta la llegada del satélite de vigilancia y del submarino nuclear.

La primera gran prueba fue el sitio que Suleimán el Magnífico, sultán de esa superpotencia del siglo XVI que era Turquía, emprendió en 1565. Decidido a tomar la estratégica isla, Suleimán envió al general Mustafá Pasha con una flota y un



ejército de 30 mil hombres a enfrentar a los 592 Caballeros y algunos miles de malteses al mando del Gran Maestre de la Orden, Jean de la Vallette. Curiosamente, La Vallette, Suleimán y Mustafá tenían exactamente 70 años. El sitio fue tremendo, la capital quedó destruida por la artillería turca y los combates fueron brutales, metro a metro. Los Caballeros resistieron como en una gesta y la llegada de batallones españoles los salvó justo a tiempo de una derrota honrosa. Fue una guerra tan dura que las armerías de los museos malteses exhiben armaduras abolladas y perforadas por balazos: no hay ni una intacta de esa época.

Terminado el sitio, los Caballeros tomaron una decisión histórica: construir una capital nueva en la península rocosa y alta que domina la Gran Bahía de Malta, justo encima de las fortificaciones verticales que habían detenido a los turcos. Así nació La Valetta, homenaje al Gran Maestre fundador, concebida como una ciudad-fortaleza. Parte del trabajo fue la construcción de una gran iglesia para el patrono de la Orden, San Juan, diseñada por Gerolamo Cassar, el arquitecto que creó la grilla de la ciudad, los ocho "albergues" para las ramas nacionales de la Orden, los fosos de defensa y la gran *piazza*, que todavía hoy exhibe una sistema de graneros subterráneos pensados para resistir un sitio. Cassar resultó un talento: Malta nunca pudo ser conquistada y hasta se bancó una guerra aérea de la aviación italiana y la Luftwaffe durante la Segunda Guerra Mundial, con 3340 bombardeos.

La catedral fue construida entre 1572 y 1577, totalmente en la piedra rubiona de Malta y en el estilo vagamente románico que caracteriza a los edificios de los Caballeros. Es un edificio francamente notable, refinado y con una acumulación de artefactos artísticos de media Europa que lo fueron cubriendo gradual y completamente con los siglos. Por supuesto, su elemento más notable es el famoso piso.

La tumba más antigua que contiene es la del caballero Pietro del Ponte, muerto en 1535, cuya lápida fue trasladada a la nueva iglesia. La última es la del caballero Pawlu Bertis de Portughes, maltés nativo, muerto en 1835 cuando Malta hacía 35 años que era colonia británica. En su planteo original, las coloridas lápidas estaban adosadas a los muros o los pavimentos de las criptas laterales o subterráneas de la catedral, pero en 1711 se tomó la decisión, no se sabe por qué, de transferirlas todas juntas al piso de la nave principal. Un siglo después, tampoco se sabe por qué, se reacomodaron por tamaños, formando un diseño en cruz.

También es un misterio cómo surgió la tradición de cubrir las tumbas de los Caballeros más destacados con obras de arte tan complejas. Las lápidas fueron realizadas casi en su totalidad por artistas malteses con mármoles coloridos importados principalmente de Italia, Francia y el norte de Africa. Pese a su aparente solidez, las piezas tienen apenas milímetros de ancho y varias fueron arruinadas por completo por



Una vista general del piso de San Juan y el detalle de una de las lápidas polícromas.

siglos de pisadas, por la moda del taco aguja y por los borceguíes y culatas del viejo regimiento de guardia local británico, los Royal Maltese Fencibles.

Variando en estilo del barroco más lanzado al neoclasicismo más seco, las lápidas abundan en esqueletos y ángeles, y casi no hay alguna que no exhiba las armas nobiliarias del caballero enterrado. También son regulares los poemas, más o menos largos, que describen las hazañas y méritos del muerto, y las advertencias sobre la mortalidad del visitante (lo que explica el título del libro). Los artistas malteses desarrollaron técnicas de enorme realismo, usando las vetas del mármol para crear efectos pictóricos e inventando trucos como el de recalentar los mármoles amarillentos para tornarlos rojos o naranja.

Dane Munro, autor de *Memento Mori*, analiza el edificio en su conjunto y describe el efecto totalizador que forman piso, muros y bóvedas, todos coloridos. Hay hazañas técnicas como murales al *secco* pintados hace siglos directamente sobre la piedra y peculiaridades gratas, como que en esta iglesia no hay bancos ni mobiliario, con lo que se puede ver entero el conjunto de lápidas. Las fotografías de Maurizio Urso son magníficas y combinan tomas generales con detalles de cada obra. Lástima que el libro editado por MJ Publications de Malta cueste, allá, 250 euros ■

Libros e instalaciones

El arte conceptual suele ser más snob que realmente original, pero cada tanto aparecen ideas que son francamente curiosas y polisémicas. En un pequeño espacio de arte en la calle Ludlow, en Nueva York, se está exhibiendo una instalación llamada La Biblioteca de Martha Rosler, que consta justamente de 6000 libros de los muchos más que tiene en la vida real la artista Rosler.

La cosa es así: Rosler exhibe en un pequeño local comercial a la calle, pintado de blanco, varias estanterías de sus libros de arte, arquitectura, poesía, historia, ciencia ficción y otros temas. La idea es que se pueda recorrer la colección, hojear, leer y hasta fotocopiar cosas de interés. Y que uno recorra esta biblioteca aluvional, personal, como manera de recorrer la mente de su dueña, una idea que haría feliz a nuestro Alberto Manguel.

La idea fue de los artistas Julieta Aranda y Anton Vidokle, dueños de un servicio digital de información para galeristas, que en el mismo lugar montaron el año pasado otra instalación, un videoclub con 500 videos de 250 artistas. Igual que en este caso, la muestra era un servicio, ya que se podían retirar las cintas, gratis, verlas en casa y devolverlas. Vidokle y Aranda dicen que su filosofía se inspira en el restaurante de artistas FOOD, en el Soho, donde uno comía el menú del día y pagaba lo que podía pagar. "Es un servicio", dicen lacónicamente. La muestra puede verse hasta el 15 de abril en el 53 de la calle Ludlow, en el Lower East Side, el viejo barrio judío que ahora aloja las galerías más avant garde.